

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО
ТРАНСПОРТА

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Иркутский государственный университет путей сообщения»
(ФГБОУ ВО ИРГУПС)

УТВЕРЖДЕНА
приказом ректора
от «08» мая 2020 г. №266/1

Б1.В.07 Маркетинг персонала рабочая программа дисциплины

Учебный план	<u>38.03.03 "Управление персоналом"</u>
Профиль подготовки	<u>"Управление персоналом организации"</u>
Программа подготовки	<u>прикладной бакалавриат</u>
Квалификация выпускника	<u>бакалавр</u>
Форма обучения	<u>очная</u>
Нормативный срок обучения	4 года
Кафедра-разработчик программы	<u>Менеджмент</u>
Общая трудоемкость в з.е. – 2	Формы промежуточной аттестации в семестрах: <u>зачёт, 7</u>
Часов по учебному плану - 72	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр	7	Итого
Число недель в семестре	18	
Вид занятий	Часов по учебному плану	Часов по учебному плану
Аудиторная контактная работа по видам учебных занятий	30	30
– лекции	15	15
– практические (семинарские)	15	15
Самостоятельная работа	42	42
Зачёт		
Итого	72	72

ИРКУТСК

Электронный документ выгружен из ЕИС ФГБОУ ВО ИРГУПС и соответствует оригиналу

Подписант ФГБОУ ВО ИРГУПС Трофимов Ю.А.

00a73c5b7b623a969ccad43a81ab346d50 с 08.12.2022 14:32 по 02.03.2024 14:32 GMT+03:00

Подпись соответствует файлу документа



1 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**1.1 Цели освоения дисциплины**

1	способствовать становлению профессиональных компетенций бакалавров в области маркетинга персонала через формирование целостного представления о системе управления маркетингом персонала в организации на основе понимания маркетинговых концепций управления персоналом и через формирование способностей применения инструментов маркетинга персонала в деятельности организаций в условиях рыночных отношений посредством эффективного использования трудового потенциала организации.
---	---

1.2 Задачи освоения дисциплины

1	формирование научных представлений в области маркетинга персонала, включая этапы его развития, систематизацию понятий и инструментов реализации содержания маркетинга персонала с точки зрения корпоративных целей бизнеса и учета интересов работодателя;
2	овладения навыками формирования системы управления маркетингом персонала в организации;
	освоение прикладных методов маркетинговых исследований на макро- и микро-уровне;
	выработка умений творческой реализации теоретических и прикладных знаний в области маркетинга персонала в практической деятельности бакалавра в процессе решения профессиональных задач и ситуаций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП**2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

1	Б1.Б.09 Концепция современного естествознания
2	Б1.Б.10 Основы теории управления
3	Б1.Б.11 Маркетинг
4	Б1.Б.13 Основы кадровой политики и кадрового планирования
5	Б1.Б.15 Основы управления персоналом
6	Б1.В.ДВ.06.01 Исследование систем управления
7	Б1.В.ДВ.06.02 Системный анализ в менеджменте
8	Б2.В.01 (У) Учебная по получению первичных профессиональных умений и навыков (ознакомительная)

2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

1	Б2.В.04 (Пд) Производственная - преддипломная
2	Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуры защиты

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**ОПК-5: способностью анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации****Минимальный уровень освоения компетенции**

Знать:	классификацию способов анализа результатов деятельности персонала организаций любой организационно-правовой
Уметь:	определять группу способов анализа результатов деятельности в контексте целей и задач своей организации;
Владеть:	умением выявлять наиболее эффективные группы методов анализа результатов деятельности персонала организаций любой организационно-правовой формы;

Базовый уровень освоения компетенции

Знать:	способы анализа результатов исследований в контексте целей и задач своей организации;
Уметь:	ставить цель анализа результатов исследований в контексте целей и задач своей организации;
Владеть:	умением анализа результатов исследований в контексте целей и задач своей организации;

Высокий уровень освоения компетенции

Знать:	формы представления результатов исследований в контексте целей и задач своей организации;
Уметь:	определять результаты исследований в своей организации;
Владеть:	умением анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации;

ПК-1: знание основ разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации, основ стратегического управления персоналом, основ формирования и использования трудового потенциала и интеллектуального**Минимальный уровень освоения компетенции**

Знать:	основы разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации;
Уметь:	разрабатывать концепции управления персоналом, кадровой политики организации;
Владеть:	умением разрабатывать и реализовывать концепции управления персоналом, кадровой политики организации;

Базовый уровень освоения компетенции

Знать:	сущность стратегического управления персоналом;
Уметь:	разрабатывать стратегию управления персоналом;
Владеть:	умением разрабатывать стратегию управления персоналом в соответствии с задачами организации;

Высокий уровень освоения компетенции	
Знать:	сущность трудового потенциала и интеллектуального капитала организации, отдельного работника;
Уметь:	управлять трудовым потенциалом и интеллектуальным капиталом организации, отдельного работника;
Владеть:	умением использовать трудовой потенциал и интеллектуальный капитал организации, отдельного работника;

ПК-2: знание основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике

Минимальный уровень освоения компетенции	
Знать:	основы кадрового планирования и контроллинга;
Уметь:	соотносить стратегию организации и идею кадрового планирования и контроллинга;
Владеть:	способами кадрового планирования и контроллинга;

Базовый уровень освоения компетенции	
Знать:	основы маркетинга персонала;
Уметь:	планировать деятельность маркетинга персонала;
Владеть:	умением планировать деятельность маркетинга персонала;

Высокий уровень освоения компетенции	
Знать:	способы разработки и реализации стратегии привлечения персонала;
Уметь:	применять способы разработки и реализации стратегии привлечения персонала;
Владеть:	умением разрабатывать и реализовывать стратегию привлечения персонала;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1 Знать:	
3.1.1	основы кадрового планирования и контроллинга, основы маркетинга персонала;
3.1.2	требования к должностям, критерии подбора и расстановки персонала, основы найма;
3.1.3	внутренние и внешние факторы, влияющие на эффективность деятельности персонала организации.
3.2 Уметь:	
3.2.1	разрабатывать и реализовывать стратегии привлечения персонала и применять их на практике;
3.2.2	разрабатывать и внедрять программы и процедуры подбора и отбора персонала;
3.2.3	определять потребность организации в персонале.
3.3 Владеть:	
3.3.1	методами реализации стратегии привлечения персонала в организацию и инструментами кадрового контроллинга;
3.3.2	методами деловой оценки персонала при найме;
3.3.3	навыками сбора информации для анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала организации.

4 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем	Семестр	Часы	Код компетенции	Учебная литература, ресурсы сети «Интернет»
	Раздел 1. Место маркетинга персонала в кадровой политике организации				
1.1	Цель и задачи дисциплины "Маркетинг персонала /Лек/	7	2	ОПК-5	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1
1.2	Сущность, содержание и функции маркетинга персонала /Пр/	7	2	ПК-2	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1
1.3	Сущность, содержание и функции маркетинга персонала /Ср/	7	6	ПК-2	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1
1.4	Роль и место маркетинга персонала в управлении персоналом /Лек/	7	2	ПК-2	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1
1.5	Роль и место маркетинга персонала в управлении персоналом /Пр/	7	2	ПК-2	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1

1.6	Роль и место маркетинга персонала в управлении персоналом /Ср/	7	6	ПК-2	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1
1.7	Разработка профессиональных требований к персоналу /Лек/	7	2	ПК-1	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1
1.8	Разработка профессиональных требований к персоналу /Пр/	7	2	ПК-1	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1
1.9	Разработка профессиональных требований к персоналу /Ср/	7	8	ПК-1	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1
Раздел 2. Система управления маркетинга персонала					
2.1	Определение потребности в персонале /Лек/	7	2	ОПК-5 ПК-1	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1
2.2	Определение потребности в персонале /Пр/	7	2	ОПК-5 ПК-1	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1
2.3	Определение потребности в персонале /Ср/	7	6	ОПК-5 ПК-1	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1
2.4	Расчет затрат на приобретение и использование персонала /Лек/	7	2	ОПК-5 ПК-2	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1
2.5	Расчет затрат на приобретение и использование персонала /Пр/	7	2	ОПК-5 ПК-2	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1
2.6	Расчет затрат на приобретение и использование персонала /Ср/	7	6	ОПК-5 ПК-2	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1
Раздел 3 Реализация маркетинга персонала в организации.					
3.1	Выбор источников и путей покрытия потребности в персонале /Лек/	7	2	ПК-2	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1
3.2	Выбор источников и путей покрытия потребности в персонале /Пр/	7	2	ПК-2	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1
3.3	Выбор источников и путей покрытия потребности в персонале /Ср/	7	4	ПК-2	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1
3.4	Контроль реализации маркетинга персонала /Лек/	7	3	ПК-2	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1
3.5	Контроль реализации маркетинга персонала /Пр/	7	3	ПК-2	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1
3.6	Контроль реализации маркетинга персонала /Ср/	7	6	ПК-2	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1

**5. 5 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ
ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине разрабатывается в соответствии с Положением о формировании фондов оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной и государственной итоговой аттестации № П.312000.06.7.188-2017.

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по данной дисциплине оформляется в виде приложения № 1 к рабочей программе дисциплины и размещается в электронной информационно-образовательной среде Университета, доступной обучающемуся через его личный кабинет.

6 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ				
6.1. Учебная литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Патласов О.Ю.	Маркетинг персонала: Учебник для бакалавров https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=452888&sr=1	Дашков и К. , 2015	100% On lain
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Литвинюк А. А.	Управление персоналом организации: учебник для бакалавров:	М.: Издательство Юрайт, 2015	100
6.1.3. Методические разработки				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Калюгина С.Н., Савченко И.П. и др.	Маркетинг персонала : практикум / Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет», Министерство образования и науки Российской Федерации ; авт.-сост. С.Н. Калюгина, И.П. Савченко и др. - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 127 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459089 .	Ставрополь : СКФУ, 2016	100% On lain
6.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы				
6.3.1 Перечень программного обеспечения				
	Авторы, составители	Заглавие	Личный кабинет обучающегося	Кол-во экз. в библиотеке/100% онлайн
Л4.1	Н.Г.Герасимова	Учебно-методические материалы практических занятий	Личный кабинет обучающегося	100% онлайн
Л4.2	Н.Г.Герасимова	Учебно-методические материалы для самостоятельной работы студента	Личный кабинет обучающегося	100% онлайн
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»				
Э.1	http://www.effecton.ru/ - Психологические тесты и развивающие программы Effecton			
6.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)				
6.3.1 Перечень базового программного обеспечения				
6.3.1.1	ОС Microsoft Windows XP Professional, количество – 227, лицензия № 44718499; ОС Microsoft Windows 7 Professional, количество – 100, лицензия № 49379844			
6.3.1.2	Офисный пакет Microsoft Office 2010, количество – 155, Лицензия № 48288083; Libre Office v. 5.2, свободно распространяемое ПО, https://ru.libreoffice.org			
6.3.2 Перечень специализированного программного обеспечения				
6.3.2.1	Использование специализированного программного обеспечения не предусмотрено			
6.3.3 Перечень информационных справочных систем				
6.3.3.1	Информационно-правовая система КонсультантПлюс - http://www.consultant.ru/			
7 ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ				
1	Корпуса А, Б, В, Г, Д, Е ИрГУПС находятся по адресу г. Иркутск, ул. Чернышевского, д. 15; корпус Л – по адресу г. Иркутск, ул. Лермонтова, д.80. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения (ноутбук, проектор, экран), служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа имеются учебно-наглядные пособия (презентации, плакаты, таблицы), обеспечивающие тематические иллюстрации содержания дисциплины.			
2	Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования – А-521. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду ИрГУПС. Помещения для самостоятельной работы обучающихся: – читальные залы; – учебные залы вычислительной техники А-401, А-509, А-513, А-516, Д-501, Д-503, Д-505, Д-507.			
8 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ				
Вид учебной деятельности	Организация учебной деятельности обучающегося			
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки. Обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов,			

	<p>понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, то необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.</p>
<p>Практическое занятие</p>	<p>На семинарских занятиях закрепляются теоретические знания с учетом профессиональных предпочтений в проблемной области этой дисциплины. Формы занятий выбираются соответственно темам работ. Предусматриваются тренинги навыков разного рода по целям и по форме. Обучающийся выступает попеременно или одновременно в ролях: объекта эксперимента или экспериментатора; специалиста-эксперта; менеджера - лица, принимающего решение; лица, проводящего личностный, профессиональный самоанализ. Поэтому занятия в зависимости от темы и предпочтений магистрантов организуются по-разному, а именно:</p> <ul style="list-style-type: none"> – как тренировки навыков оценки; – разбор, анализ ситуации, инцидентов, фактов, социальных явлений, процессов; – освоение приемов деловых игр и принятия в ходе их управленческих решений или установки на групповые нормы, ценности; – тренинг; – усвоение навыка подбора команды, разделение труда, управления им; – согласование формальной и неформальной ролевых структур в группе в зависимости от вида деятельности; – обучение методам групповой дискуссии и т.д.
<p>Самостоятельная работа</p>	<p>Самостоятельная работа обучающихся проводится в целях закрепления и систематизации теоретических знаний, а также формирования практических навыков по их применению при решении прикладных задач в выбранной предметной области. Она включает проработку лекционного материала, самоподготовку обучающихся к практическим занятиям, выполнение практических задач, самостоятельное изучение тем, выходящих за рамки лекционного курса.</p>
<p>Комплекс учебно-методических материалов по всем видам учебной деятельности, предусмотренным рабочей программой дисциплины (модуля), размещен в электронной информационно-образовательной среде ИрГУПС, доступной обучающемуся через его личный кабинет.</p>	

Приложение 1 к рабочей программе по дисциплине

Б1.В.07 Маркетинг персонала

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации по дисциплине
Б1.В.07 Маркетинг персонала

**1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования
в процессе освоения профессиональной образовательной программы**

Дисциплина «Маркетинг персонала» участвует в формировании компетенций:

ОПК-5: способностью анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации.

ПК-1: знание основ разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации, основ стратегического управления персоналом, основ формирования и использования трудового потенциала и интеллектуального капитала организации, отдельного работника, а также основ управления интеллектуальной способностью и умение применять их на практике.

ПК-2: знание основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике.

**Таблица траекторий формирования у обучающихся компетенций ОПК-3, ПК-1, ПК-2
при освоении образовательной программы**

Код компетенции	Наименование компетенции	Индекс и наименование дисциплины, участвующей в формировании компетенции	Семестр изучения дисциплины	Этапы формирования компетенции
ОПК-5	способностью анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации.	Б1.Б.09 Концепции современного естествознания	1	1
		Б2.В.01 (У) Учебная по получению первичных профессиональных умений и навыков (ознакомительная)	2	2
		Б1.Б.10 Основы теории управления	3	3
		Б1.В.ДВ.06.01 Исследование систем управления	5	4
		Б1.В.ДВ.06.02 Системный анализ в менеджменте	5	4
		Б1.Б.13 Основы кадровой политики и кадрового планирования	6	5
		Б1.В.02 Методы принятия управленческих решений	7	6
		Б1.В.07 Маркетинг персонала	7	6
ПК-1	знание основ разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации, основ стратегического управления персоналом, основ формирования и использования трудового потенциала и интеллектуального капитала организации, отдельного работника, а также основ управления интеллектуальной способностью и умение применять их на практике.	Б1.Б.15 Основы управления персоналом	4	1
		Б1.В.06 Стратегический менеджмент	5	2
		Б1.В.21 Инновационный менеджмент в управлении персоналом	5	2
		Б1.В.ДВ.06.01 Исследование систем управления	5	2
		Б1.В.ДВ.06.02 Системный анализ в менеджменте	5	2
		Б1.Б.13 Основы кадровой политики и кадрового планирования	5	2
		Б1.В.07 Маркетинг персонала	7	3
		Б2.В.04(Пд) Производственная - преддипломная	8	4
		Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	8	4
ПК-2	знание основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике.	Б1.Б.11 Маркетинг	4	1
		Б1.В.09 Рынок труда	5	2
		Б1.Б.13 Основы кадровой политики и кадрового планирования	6	3
		Б1.В.07 Маркетинг персонала	7	4
		Б2.В.04(Пд) Производственная - преддипломная	8	5
		Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	8	5

**Таблица соответствия уровней освоения компетенций ОПК-5, ПК-1, ПК-2
планируемым результатам обучения**

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименования разделов дисциплины	Уровни освоения компетенций (признаки проявления) – конкретизация формулировки компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)			
ОПК-5	способностью анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации.	Раздел 1 Место маркетинга персонала в кадровой политике организации. Раздел 2 Система управления маркетинга персонала. Раздел 3 Реализация маркетинга персонала в организации.	Минимальный уровень	Знать: классификацию способов анализа результатов деятельности персонала организаций любой организационно-правовой формы; Уметь: определять группу способов анализа результатов деятельности в контексте целей и задач своей организации; Владеть: умением выявлять наиболее эффективные группы методов анализа результатов деятельности персонала организаций любой организационно-правовой формы;			
			Базовый уровень	Знать: способы анализа результатов исследований в контексте целей и задач своей организации; Уметь: ставить цель анализа результатов исследований в контексте целей и задач своей организации; Владеть: умением анализа результатов исследований в контексте целей и задач своей организации;			
			Высокий уровень	Знать: формы представления результатов исследований в контексте целей и задач своей организации; Уметь: определять результаты исследований в своей организации; Владеть: умением анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации;			
			ПК-1	знание основ разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации, основ стратегического управления персоналом, основ формирования и использования трудового потенциала и интеллектуального капитала организации, отдельного работника, а также основ управления	Раздел 1 Место маркетинга персонала в кадровой политике организации. Раздел 2 Система управления маркетинга персонала. Раздел 3 Реализация маркетинга персонала в организации.	Минимальный уровень	Знать: основы разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации; – Уметь: разрабатывать концепции управления персоналом, кадровой политики организации; Владеть: умением разрабатывать и реализовывать концепции управления персоналом, кадровой политики организации;
						Базовый уровень	Знать: сущность стратегического управления персоналом; Уметь: разрабатывать стратегию управления персоналом; Владеть: умением разрабатывать стратегию управления персоналом в соответствии с задачами организации;
						Высокий уровень	Знать: сущность трудового потенциала и интеллектуального капитала организации, отдельного работника; Уметь: управлять трудовым потенциалом и интеллектуальным капиталом организации, отдельного работника;

	интеллектуальной способностью и умение применять их на практике.			Владеть: умением использовать трудовой потенциал и интеллектуальный капитал организации, отдельного работника;
ПК-2	владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании и межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде.	Раздел 1 Место маркетинга персонала в кадровой политике организации. Раздел 2 Система управления маркетинга персонала. Раздел 3 Реализация маркетинга персонала в организации.	Минимальный уровень	Знать: основы кадрового планирования и контроллинга; Уметь: соотносить стратегию организации и идею кадрового планирования и контроллинга; Владеть: способами кадрового планирования и контроллинга;
			Базовый уровень	Знать: основы маркетинга персонала;
				Уметь: планировать деятельность маркетинга персонала;
				Владеть: умением планировать деятельность маркетинга персонала;
			Высокий уровень	Знать: способы разработки и реализации стратегии привлечения персонала;
				Уметь: применять способы разработки и реализации стратегии привлечения персонала;
				Владеть: умением разрабатывать и реализовывать стратегию привлечения персонала;

**Программа контрольно-оценочных мероприятий
за период изучения дисциплины
на период изучения дисциплины «Маркетинг персонала»**

№	Неделя	Наименование контрольно-оценочного мероприятия	Объект контроля (понятия, тема / раздел дисциплины, компетенция, и т.д.)	Наименование оценочного средства, форма проведения
1	1-2	Текущий контроль	Тема: «Цель и задачи дисциплины "Маркетинг персонала».	ОПК-5 Контрольная работа
2	3-4	Текущий контроль	Тема: «Сущность, содержание и функции маркетинга персонала».	ПК-2 Контрольная работа
3	5-6 7-8	Текущий контроль	Тема: «Роль и место маркетинга персонала в управлении персоналом».	ПК-2 Контрольная работа
4	9-10 11-12	Текущий контроль	Тема: «Разработка профессиональных требований к персоналу».	ПК-1 Контрольная работа
5	13-14	Текущий контроль	Тема: «Определение потребности в персонале».	ОПК-5 ПК-1 Контрольная работа
6	15-16	Текущий контроль	Тема: «Расчет затрат на приобретение и использование персонала».	ОПК-5 ПК-2 Контрольная работа
7	17	Текущий контроль	Тема: «Выбор источников и путей покрытия потребности в персонале».	ПК-2 Контрольная работа
8	18	Текущий контроль	Тема: «Контроль реализации маркетинга персонала».	ПК-2 Контрольная работа
9		Промежуточная аттестация – зачёт	Раздел 1. Роль и место маркетинга персонала в управлении персоналом Раздел 2. Обеспечение организации персоналом	ОПК-5 ПК-1ПК-2 зачёт

**2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций
на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

Контроль качества освоения дисциплины включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся в целях установления соответствия достижений обучающихся поэтапным требованиям образовательной программы к результатам обучения и формирования компетенций.

Текущий контроль успеваемости – основной вид систематической проверки знаний, умений, навыков обучающихся. Задача текущего контроля – оперативное и регулярное управление учебной деятельностью обучающихся на основе обратной связи и корректировки. Результаты оценивания заносятся преподавателем в журнал и учитываются в виде средней оценки при проведении промежуточной аттестации.

Для оценивания результатов обучения используется четырехбалльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и/или двухбалльная шкала: «зачтено», «не зачтено».

Перечень оценочных средств сформированности компетенций представлен в нижеследующей таблице

№	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
Текущий контроль успеваемости			
1	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу. Рекомендуются для оценки знаний и умений обучающихся.	Комплекты контрольных заданий по темам дисциплины (не менее двух вариантов)
Промежуточная аттестация			
3	Зачёт	Средство, позволяющее оценить знания, умения и владения обучающегося по дисциплине. Рекомендуются для оценки знаний, умений и владений навыками обучающихся.	Комплект теоретических вопросов и практических заданий к зачету

Критерии и шкалы оценивания компетенций в результате изучения дисциплины при проведении промежуточной аттестации в форме зачета (4 курс) а также шкала для оценивания уровня освоения компетенций представлена в следующей таблице

Шкалы оценивания		Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
«отлично»	«зачтено»	Обучающийся правильно ответил на теоретические вопросы. Показал отличные знания в рамках учебного материала. Правильно выполнил практические задания. Показал отличные умения и владения навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках учебного материала. Ответил на все дополнительные вопросы	Высокий
«хорошо»		Обучающийся с небольшими неточностями ответил на теоретические вопросы. Показал хорошие знания в рамках учебного материала. С небольшими неточностями выполнил практические задания. Показал хорошие умения и владения навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках учебного материала. Ответил на большинство дополнительных вопросов	Базовый
«удовлетворительно»		Обучающийся с существенными неточностями ответил на теоретические вопросы. Показал удовлетворительные знания в рамках учебного материала. С существенными неточностями выполнил практические задания. Показал удовлетворительные умения и владения навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках учебного материала. Допустил много неточностей при ответе на дополнительные вопросы	Минимальный
«неудовлетворительно»	«не зачтено»	Обучающийся при ответе на теоретические вопросы и при выполнении практических заданий продемонстрировал недостаточный уровень знаний и умений при решении задач в рамках учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы было допущено множество неправильных ответов	Компетенции не сформированы

3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

3.1 Пример вопросов к контрольным работам по темам дисциплины

Контрольная работа №1 «Сущность, содержание и функции маркетинга персонала».

1. Сущность, типы и субъекты социально-трудовых отношений
2. Основные уровни и субъекты системы регулирования СТО в РФ
3. Характеристика социального партнерства (ТКРФ).

Контрольная работа №2 «Расчет затрат на приобретение и использование персонала»

1. Планирование и регулирование затрат на рабочую силу
2. Факторы производительности труда. Пофакторный расчет производительности труда работников торговли.
3. Разработка показателей результатов труда руководителей, специалистов, других служащих торговых предприятий.

Контрольная работа №3 «Роль и место маркетинга персонала в управлении персоналом».

1. Социальные функции труда и их содержание.
2. Уровни и элементы социологического анализа трудовой деятельности
3. Элементы стандартной программы социалистического исследования.

Контрольная работа №4 «Контроль реализации маркетинга персонала».

1. Основные показатели результативности деятельности организации (отдельного подразделения)

В качестве контрольной работы студентам предлагается выполнить реферат.

Методические указания к написанию реферата. Написание рефератов должно способствовать закреплению и углублению знаний, а также выработке навыков самостоятельного мышления и умения решать поставленные перед студентом задачи. Содержание выполненной работы дает возможность углубить уровень знания изучаемой проблемы, показать знание литературы и сведений, собранных студентом, выполняющим реферативные работы.

Работа включает список литературы и оглавление. Список литературы должен включать, главным образом, новейшие источники: действующие законы и нормативные акты, монографии, статьи, учебники, другие первоисточники по проблемам дисциплины.

Особое внимание уделяется периодической печати, которая отражает проблематику, затронутую в реферате. При написании работы обязательны ссылки на используемые источники, статистические материалы, что придает работе основательность, научную ориентацию.

Объем работы должен быть в пределах печатного листа, что означает 18-24 страницы рукописного или печатного текста (размер шрифта 14 при компьютерном наборе текста).

Реферат дает возможность не только убедиться в уровне знаний студентов по изучаемому предмету, но, что не менее важно, установить склонность студентов к научно-исследовательской работе.

Варианты контрольных заданий (тематика рефератов):

1. Теоретические основы найма и отбора персонала.
2. Маркетинговая информация, ее виды, значение.
3. Организационная культура и ее роль в сохранении «профессионального ядра» организации.
4. Роль и место маркетинга персонала в кадровом менеджменте.
5. Западный опыт и возможности его применения в маркетинге персонала.
6. Роль прогнозирования в маркетинге персонала.
7. Издержки найма работников.
8. Качественная потребность в персонале.
9. Планирование потребности в персонале.
10. Стратегический набор и отбор персонала.
11. Методы и формы отбора персонала.
12. Лизинг персонала как источник покрытия потребности.
13. Оценка эффективности управления персоналом.
14. Имидж фирмы и его значение в маркетинге персонала.
15. Оценка работы служб управления персоналом.
16. Методы оценки персонала.
17. Методы оценки управленческих кадров.
18. Роль и место аудита в маркетинге персонала.
19. Рынок труда и его роль в формировании кадрового потенциала организации.
20. Результативность внутреннего и внешнего отбора.
21. Оценка деятельности подразделений управления персоналом.
22. Оценка результатов деятельности руководителей и специалистов управления персоналом.
23. Маркетинг как инструмент планирования карьеры.
24. Маркетинговые исследования рынка труда.
25. Оценка кандидатов при приеме на работу. Конкурсный набор кандидатов.

3.2 Перечень теоретических вопросов к зачёту

1) Понятие маркетинговых концепций управления персоналом. Состав и содержание концепций маркетинга персонала, основные подходы к их трактовке.

- 2)Использование различных маркетинговых концепций на этапах развития маркетинга персонала. Сущность маркетинга персонала.
- 3)Понятийный аппарат маркетинга персонала. Принципы и задачи маркетинга персонала.
- 4)Сходства и различия между маркетингом товаров (услуг) и маркетингом персонала.
- 5)Решение различных задач управления персоналом на основе маркетингового подхода.
- 6)Виды маркетинга персонала.
- 7)Задачи стратегического и тактического маркетинга персонала.
- 8)Внешний и внутренний маркетинг персонала.
- 9)Виды целей системы управления персоналом. Условия или факторы достижения целей системы управления персоналом и их место в маркетинге персонала.
- 10)Состав и содержание основных принципов выполнения целевых задач системы управления персоналом и их использование в кадровой политике организации.
- 11)Влияние маркетинга персонала на принципы кадровой политики организации. Взаимосвязь отдельных направлений маркетинга персонала с кадровой политикой организации.
- 12)Решение различных задач управления персоналом на основе маркетингового подхода.
- 13)Постановка и структуризация целей маркетинга персонала. Построение дерева целей.
- 14)Целеполагание в маркетинге персонала по уровням управления в организации.
- 15)Сущность, формирование и классификация функций маркетинга персонала. Выделение комплексных и частных функций маркетинга персонала.
- 16)Функция маркетинга персонала по формированию трудового потенциала организации, информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала: их сущность, назначение, направления реализации.
- 17)Место маркетинга персонала в организационной структуре службы управления персоналом.
- 18)Сущность маркетингового подхода при выполнении различных функций системы управления персоналом.
- 19)Основные направления реализации функции формирования трудового потенциала организации.
- 20)Маркетинговый подход к решению задач отбора персонала в организации. Взаимосвязь качественной и количественной потребности в персонале.
- 21)Источники и пути покрытия потребности в персонале.
- 22)Выбор источников и путей покрытия потребности в персонале в зависимости от ситуации на рынке труда.
- 23)Основные методы определения количественной потребности в персонале: метод трудоемкости производственного процесса, метод Розенкранца, расчет численности по нормам обслуживания, по рабочим местам и нормативам численности.
- 24)Стохастические методы расчета численности.
- 25)Методы экспертных оценок.
- 26)Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда.
- 27)Виды имиджа организации и факторы его формирования. Измерение имиджа организации в маркетинге персонала. Способы оценки имиджа организации.
- 28)Использование результатов оценки имиджа для позиционирования организации на рынке труда.
- 29)Выявление преимуществ и недостатков в кадровой политике организации.
- 30)Выбор и реализация стратегии маркетинга персонала.
- 31)Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в области персонала.
- 32)Направления и содержание маркетинговых исследований. Их взаимосвязь с основными направлениями кадровой политики организации.
- 33)Виды, содержание, способы получения и обработки маркетинговой информации в области персонала.
- 34)Содержание и направления использования коммуникативной функции маркетинга персонала. Способы применения коммуникативной функции организации-работодателя на рынке труда.
- 35)Индивидуальные и групповые каналы коммуникации в маркетинге персонала.
- 36)Оценка эффективности различных каналов коммуникации в маркетинге персонала.
- 37)Реализация конкретных путей покрытия потребности в персонале в зависимости от целей организации и ситуации на рынке труда.
- 38)Определение затрат и формирование цены на приобретение и использование персонала.
- 39)Варианты построения организационной структуры управления с учетом возможных включений в нее маркетинга персонала.
- 40)Различные подходы к организации процессов маркетинга персонала. Особенности реализации информационной функции маркетинга персонала.
- 41)Различные приоритеты в направленности маркетинговых исследований.
- 42)Особенности использования коммуникационной функции маркетинга персонала. Выбор коммуникационного пространства.
- 43)Особенности сегментирования отдельных коммуникационных пространств.
- 44)Мероприятия по формированию внутренних связей организации.

- 45) Рекламно-презентационная работа с различными целевыми группами. Целевые направления связей с общественностью в маркетинге персонала.
- 46) Этапы процесса позиционирования в маркетинге персонала.
- 47) Этапы процесса реализации маркетинга персонала.
- 48) Исследование поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынке труда.
- 49) Анализ основных конкурентов.
- 50) Анализ активных партнеров.
- 51) Исследование внутренних ресурсов и собственного потенциала организации.
- 52) Определение целевых позиций на рынке труда.
- 53) Формирование и реализация организационного плана мероприятий маркетинга персонала.

3.3 Примеры тестовых заданий по дисциплине

Тест по компетенции

ОПК-5: способностью анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации

Тестовые задания для оценки знаний

Укажите правильный ответ

1. Алгоритм системного анализа включает:

- а) математическое моделирование;
- б) декомпозицию системы;
- в) анализ элементов;
- г) выявление элементов, определяющих поведение системы;
- д) разработку рекомендаций по улучшению функционирования системы.

Правильный ответ - а.

2. основополагающими принципами формирования кадровой политики являются...

- а) научность;
- б) комплексность;
- в) системность;
- г) эффективность;
- д) бесконфликтность.

Правильный ответ – а,б,в,г.

3. Какие основные параметры отличают различные подходы к проведению анализа работы?

- а) тип собираемой информации, способ сбора информации, форма представления собранной информации;
- б) тип анализируемой работы, способ ее выполнения, выбор показателей, степень важности работы для фирмы и конечного продукта (услуги);
- в) возможность количественного измерения работы, выбор показателей, степень важности работы для фирмы и конечного продукта (услуги);
- г) количество типичных рабочих мест на предприятии, уровень автоматизации или механизации работ, место в технологической цепочке;
- д) условия труда, экологические и эргономические характеристики.

Правильный ответ - в.

4. Анализ работы (должности) может быть использован для:

- а) маркетингового анализа, определения доли рынка;
- б) выбора методов отбора для конкретной должности, выработки компенсационных решений;
- в) выбора ценовой политики, формы рекламы товаров и услуг;
- г) получения информации о наличии необходимой рабочей силы на рынке труда, качественного анализа человеческих ресурсов;
- д) анализа финансового состояния фирмы.

Правильный ответ - б.

5. Главными задачами персонал-маркетинга являются изучение развития производства, исследование рынка труда, анализ источников покрытия потребности в персонале, анализ путей получения персонала, анализ затрат на приобретение персонала, выбор альтернатив или комбинирование вариантов источников и путей покрытия потребностей в персонале:

- а - верно все;
- б - частично верно;
- в - неверно.

Правильный ответ - а.

6. Возрастание роли стратегического подхода к управлению персоналом в настоящее время связано (выбрать и указать только одну группу факторов):

- а) с высокой монополизацией и концентрацией российского производства;
- б) с регионализацией экономики и целенаправленной структурной перестройкой занятости;
- в) с ужесточением конкуренции во всех ее проявлениях, ускорением темпов изменения параметров внешней среды и возрастанием неопределенности ее параметров во времени.

Правильный ответ - в.

7. Основными функциями подсистемы развития персонала являются (при необходимости указать несколько):

- а) разработка стратегии управления персоналом;
- б) работа с кадровым резервом;
- в) переподготовка и повышение квалификации работников;
- г) планирование и контроль деловой карьеры;
- д) планирование и прогнозирование персонала; организация трудовых отношений.

Правильный ответ – б,в,г.

8. Принцип комплексности подразумевает:

- а) многовариантную проработку предложений по формированию системы; б) управления персоналом и выбор наиболее рационального варианта для конкретных условий производства;
- в) учет всех факторов, воздействующих на систему управления персоналом;

г) ориентированность на развитие производства, опережение функций управления персоналом функций, направленных на обеспечение функционирования производства.

Правильный ответ – в.

Тестовые задания для оценки умений

1. Трудовой потенциал - это:

а - часть населения, обладающая физическим развитием, умственными способностями и знаниями, которые необходимы для работы;
б - совокупность духовных и физических способностей человека, которые он использует всякий раз, когда создает потребительные стоимости;

в - способность персонала организации при наличии у него определенных качественных характеристик и соответствующих социально-экономических, организационных условий достигать определенный конечный результат.

Правильный ответ – в.

2. Стандартизированная форма изложения содержания работы на конкретном рабочем месте является:

а - должностной инструкцией;
б - оценочным листом сотрудника;
в - листом интервьюера;
г - анкетой работника.

Правильный ответ – а.

3. Маркетинг персонала - это:

а - анализ ситуации на рынке труда для регулирования потребности в специалистах дефицитных специальностей;
б - такая поведенческая культура, в которой имиджевые регуляторы осмысливаются персоналом как общественная необходимость;
в - вид управленческой деятельности, направленный на определение и покрытие потребности в персонале;
г - анализ ожиданий нынешних и потенциальных сотрудников (например, при найме на работу), а также определение выполнимости и реальной степени исполнения этих ожиданий.

Правильный ответ – в.

4. Под категорией «кадры организации» следует понимать:

а) часть населения, обладающая физическим развитием, умственными способностями и знаниями, которые необходимы для работы в экономике;
б) трудоспособное население в рамках отдельной организации, на микроуровне.

Правильный ответ – б.

5. Что следует понимать под категорией «персонал»?

а) это часть населения, обладающая физическим развитием, умственными способностями и знаниями, которые необходимы для работы в экономике
б) совокупность работников, совместно реализующих поставленную перед ними цель по производству товаров или оказанию услуг, действующих в соответствии с определенными правилами и процедурами в рамках определенной формы собственности

Правильный ответ – б.

6. Причинами сегментации персонала на «ядро» и «периферию» на предприятии (в организации) являются (при необходимости указать несколько):

а) различия в уровне экономической эффективности труда;
б) различия в уровне социальной эффективности труда;
в) финансовое положение предприятия;
г) воля руководства предприятия.

Правильный ответ – а,б.

Тестовые задания для оценки навыков и (или) опыта деятельности

4. Исследования показывают, что налаженная система профессионально-квалификационного продвижения персонала в организации

а) сокращает текучесть рабочей силы;
б) сокращает расходы на управление персоналом;
в) способствует притоку специалистов со стороны;
г) снижает эффективность управления персоналом;
д) ответы «б» и «в».

Правильный ответ - а.

2. Как добиться уменьшения предложения работников в организации (привести численность в соответствие с ее реальными потребностями), не прибегая к увольнениям:

а) перевод части сотрудников на сокращенный рабочий день или рабочую неделю;
б) прекращение приема на работу;
в) заключение краткосрочных контрактов;
г) переобучение персонала;
д) использование гибких режимов работы;
е) использовать лизинг рабочей силы.

Правильный ответ - а.

3. Наиболее достоверным методом оценки способностей кандидата выполнять работу, на которую он будет нанят, является:

а) психологические тесты;
б) проверка знаний;

- в) проверка профессиональных навыков;
- г) графический тест;
- д) астрологический прогноз.

Правильный ответ - в.

4. Метод, позволяющий объективно оценить соответствие кандидатов требованиям работы, является метод:

- а) анализ анкетных данных;
- б) профессиональное испытание;
- в) экспертиза почерка;
- г) рекомендации близких родственников кандидата.

Правильный ответ - б.

Структура <i>теста по компетенции(ям) код компетенции(й)</i> . Тестовые задания	Количество тестовых заданий в тесте	Количество баллов за одно тестовое задание
Тестовые задания для оценки знаний	8	3
Тестовые задания для оценки умений	6	6
Тестовые задания для оценки навыков и (или) опыта деятельности	4	10
Итого	18 ТЗ в тесте	Максимальный балл за тест – 100

4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В таблице дано описание процедур проведения контрольно-оценочных мероприятий, соответствующих рабочей программе дисциплины, и процедур оценивания результатов обучения с помощью спланированных оценочных средств.

Наименование оценочного средства	Описания процедуры проведения контрольно-оценочного мероприятия и процедуры оценивания результатов обучения
Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу. Рекомендуется для оценки знаний и умений обучающихся.
зачёт	Проведение промежуточной аттестации в форме зачета позволяет сформировать среднюю оценку по дисциплине по результатам текущего контроля. Так как оценочные средства, используемые при текущем контроле, позволяют оценить знания, умения и владения навыками/опытом деятельности обучающихся при освоении дисциплины. Для чего преподаватель находит среднюю оценку уровня сформированности компетенций у обучающегося, как сумму всех полученных оценок деленную на число этих оценок.

